

ABSTRAK

Fera Patri, 2026, Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Era Teknologi 5.0 Pada Umkm Ayam Geprek Jhejhe Kota Bengkulu.

Pembimbing 1 : Dr. Bahrin, M.Si

Pembimbing 2 : Ade Irma Suryani, M.Pd

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang digunakan UMKM Ayam Geprek Jhejhe dalam mengembangkan usahanya di era teknologi 5.0. Latar belakang penelitian ini didasari oleh kenyataan bahwa banyak pelaku UMKM belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal akibat kesenjangan pemahaman digital, keterbatasan akses informasi, dan pola manajemen usaha yang masih konvensional, sementara UMKM Ayam Geprek Jhejhe di Rawa Makmur Merpati 2 Kota Bengkulu justru menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan subjek penelitian pemilik UMKM dan konsumen yang dipilih secara purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis berdasarkan lima aspek strategi pengembangan usaha, yaitu pengembangan produk, strategi pemasaran, pengembangan pasar, pemanfaatan teknologi, dan peningkatan pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Ayam Geprek Jhejhe menerapkan kelima strategi tersebut secara terintegrasi: pengembangan produk melalui inovasi variasi sambal dan bahan baku segar dengan harga terjangkau; strategi pemasaran melalui Instagram dan *WhatsApp*; pengembangan pasar melalui GoFood dan GrabFood; pemanfaatan teknologi melalui integrasi media sosial, layanan pesan antar online, dan sistem pembayaran QRIS; serta peningkatan pelayanan melalui pendekatan yang ramah dan responsif. Dapat disimpulkan bahwa penerapan kelima strategi tersebut secara terintegrasi menjadi kunci keberhasilan UMKM Ayam Geprek Jhejhe dalam bertahan dan berkembang di tengah era teknologi 5.0

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, UMKM, Teknologi 5.0

ABSTRACT

Fera Patri, 2026. "Business Development Strategies for Micro, Small, and Medium Enterprises in the Era of Technology 5.0: A Case Study of Ayam Geprek Jhejhe MSME in Bengkulu City." Thesis. Economics Education Study Program, FKIP, Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Supervisors: (1) Dr. Bahrin, M.Si. (2) Ade Irma Suryani, M.Pd.

This study aimed to determine the strategies employed by Ayam Geprek Jhejhe MSME in developing its business in the era of Technology 5.0. The background of this study was based on the fact that many MSME operators have not been able to utilize technology optimally due to gaps in digital understanding, limited access to information, and conventional business management practices. Meanwhile, Ayam Geprek Jhejhe MSME, located in Rawa Makmur, Merpati 2, Bengkulu City, has demonstrated good adaptability to technological developments. This study employed a descriptive qualitative approach, with the research subjects consisting of the MSME owner and consumers selected through purposive sampling. The data were collected through interviews, observations, and documentation and were analyzed based on five aspects of business development strategies: product development, marketing strategies, market development, technology utilization, and service improvement. The results showed that Ayam Geprek Jhejhe MSME implemented all five strategies in an integrated manner. Product development was carried out through innovations in sambal varieties and the use of fresh ingredients at affordable prices; marketing strategies were implemented through Instagram and *WhatsApp*; market development was supported through GoFood and GrabFood; technology was utilized through the integration of social media, online delivery services, and the QRIS payment system; and service improvement was achieved through a friendly and responsive approach to customers. It can be concluded that the integrated implementation of these five strategies is a key factor in the success of Ayam Geprek Jhejhe MSME in sustaining and developing its business amid the era of Technology 5.0.

Keywords: Business Development Strategies, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Technology 5.0.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Kualitas pertumbuhan ekonomi di era modern sangat dipengaruhi oleh kemampuan suatu negara dalam mengembangkan sektor usaha produktif, salah satunya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada era Teknologi 5.0, UMKM menghadapi tantangan baru karena keseluruhan bisnis mengalami dampak yang besar melalui integrasi teknologi cerdas dan sistem berbasis digital lainnya. Meskipun teknologi 5.0 memberikan peluang besar bagi percepatan proses produksi, pemasaran, dan pelayanan, kenyataannya banyak pelaku UMKM belum mampu memanfaatkannya secara optimal. Kesenjangan ini muncul karena pemahaman teknologi yang tidak merata, keterbatasan akses informasi, serta pola manajemen usaha yang masih dilakukan secara konvensional. Kondisi tersebut menjadikan UMKM rentan tertinggal dan sulit bersaing di tengah dinamika digital yang terus berubah dari waktu ke waktu.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) memperlihatkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia kuartal kedua 2023 sebesar 5,17 persen disebabkan tingginya belanja pemerintah dan konsumsi rumah tangga. Pada tahun 2023 UMKM mencapai 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari PDB Indonesia, setara dengan Rp.9.580 triliun serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total Investasi (Bri microfinance Outlook 2024). Pelaku UMKM dapat memperbaiki perekonomian tanpa modal yang besar. UMKM merupakan sumber utama untuk

menciptakan lapangan kerja, menciptakan kekayaan, dan mengurangi kemiskinan di daerah pedesaan di negara-negara berkembang (Manzoor et al, 2021)

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, di kota Bengkulu masi ada UMKM yang bisa bertahan di era teknologi 5.0, seperti yang kita ketahui bahwa teknologi hal yang besar saat sekarang ini yang di gunakan dalam proses usaha, mulai dari promosi, pelayanan, hingga pengelolaan usaha. Salah satunya UMKM Ayam Geprek Jhejhe yang terletak di Rawa Makmur Merpati 2 Kota Bengkulu merupakan salah satu usaha kuliner yang memiliki karakteristik menarik dan menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Usaha ini menawarkan menu ayam geprek dengan berbagai macam sambal dan pilihan paket yang sesuai dengan kebutuhan konsumen masa kini. Selain mengutamakan cita rasa, UMKM ini juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, serta menggunakan layanan pesan antar online untuk memperluas jangkauan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini tidak hanya fokus pada marketing mix, tetapi juga berupaya menyesuaikan diri dengan pola konsumsi masyarakat yang semakin digital.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai strategi pengembangan yang digunakan oleh UMKM Ayam Geprek jhejhe di Kota Bengkulu. Karena dari yang dilihat peneliti bahwa ayam geprek jhejhe ini masi bisa bertahan di era teknologi saat ini. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi pengembangan apa saja yang diterapkan sehingga dapat menjadi referensi bagi UMKM lainnya dalam menghadapi

tantangan di era teknologi 5.0 serta dapat memperkuat posisi usaha di pasar lokal.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul” **Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di era teknologi 5.0 pada UMKM ayam geprek jhejhe kota Bengkulu**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang dapat penulis kemukakan dalam penelitian ini adalah Apa strategi yang digunakan UMKM ayam jhejhe untuk mengembangkan usahanya di era teknologi 5.0 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah Untuk mengetahui strategi yang digunakan UMKM ayam geprek jhejhe mengembangkan usahanya di era teknologi 5.0

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memperkaya kajian ilmiah mengenai strategi pengembangan UMKM di tengah perkembangan teknologi 5.0 dalam meningkatkan Strategi pengembangan UMKM yang relevan untuk meningkatkan daya saing, serta sekaligus menambah pemahaman tentang bagaimana kolaborasi manusia dan teknologi dapat diintegrasikan dalam praktik bisnis skala kecil.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi pelaku UMKM: memberi manfaat atau acuan strategi yang dapat diterapkan langsung oleh pemilik UMKM untuk mengembangkan usahanya melalui pemanfaatan teknologi 5.0 untuk meningkatkan efisiensi oprasional dan inovasi sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin cepat perkembangan teknologinya.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya: Dapat di jadikan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait strategi pengembangan usaha berbasis teknologi, sehingga memperluas perspektif akademi mengenai inovasi dan keberlanjutan UMKM.

